

## **ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ, ВОСТРЕБОВАННЫХ НА РЫНКЕ GR-УСЛУГ<sup>1</sup>**

**Аннотация.** Статья анализирует белорусский опыт подготовки специалистов по информации и коммуникации, востребованных в сфере GR. Предпринимается попытка построить динамическую модель формирования необходимых компетенций. В основе модели – представление о GR как виде специализированной деятельности и форме коммуникации.

**Ключевые слова:** рынок GR-услуг, подготовка выпускников, формирование компетенций.

Дискуссии о профессиональных компетенциях специалистов на рынке GR-услуг обычно упираются в вопрос о сущности Government Relations: что это такое – разновидность специализированной информационно-коммуникационной деятельности со своими целями, методами и инструментами либо совокупность разнообразных лоббистских технологий, плохо поддающихся формализации и рефлексии и, в принципе, не стремящихся к легитимизации. К сожалению, вторая точка зрения сегодня достаточно сильна и, значит, университет не рассматривается как основной субстрат подготовки такого рода специалистов. Рассмотрим проблему подробнее.

Согласно традиционным подходам к GR, приобщение к данному виду деятельности происходит «опытным путем», в процессе непосредственной коммуникации представителей власти и бизнеса, а не в формате обучения в высшей школе. Распространено мнение, что «научить GR невозможно», что это некое врожденное качество / умение, поэтому хорошими GR-специалистами могут стать представители различных профессий, с различным образовательным бэкграундером и, конечно, вне всякой связи со специализированными дипломами, сертификатами, свидетельствами. Еще одна точка зрения, также весьма распространенная, акцентирует внимание на роли значительного социального опыта и многочисленных личных контактов. Согласно ей, об обучении GR речь также не идет, но по другим причинам: успешным в данной сфере может стать лишь человек опытный, реализующий себя в разнообразных видах занятости не один десяток лет, приобретший за это время значительный социальный капитал. Научное знание для GR-специалиста не считается важным и уступает позиции «знанию жизни». Следовательно, если в первом подходе происходит уподобление GR искусству, без врожденных способностей к которому нельзя

---

<sup>1</sup>Исследование выполнено при поддержке БРФФ проект Г14Р-012 «Базовые модели коммуникаций бизнеса и городской власти в Минске и Санкт-Петербурге: компаративный анализ»

достичь успеха, то во втором подходе – скорее ремеслу, где важно непосредственное наблюдение в течение продолжительного времени за действиями мастера, но не теоретическое обучение. На наш взгляд, оба подхода чреваты недооценкой роли высшего образования в подготовке специалистов в сфере GR, общим недоверием к возможностям GR как профессионального вида деятельности, отождествлением его с «тайным», «сакральным», «эзотерическим» знанием.

Мы, напротив, исходим из того, что GR – это разновидность информационно-коммуникационной деятельности, а любой деятельности не только *можно*, но и *нужно* учиться. Другой вопрос: как, каким образом. Если мы уверены в том, что GR – это не прерогатива исключительно крупных и экономически успешных компаний, что он необходим любым субъектам коммерческой сферы, то мы начинаем воспринимать GR как массовую профессию. Так, ведение всеобщего медицинского обслуживания потребовало массового притока врачей, всеобщее образование вызвало массовую нужду в учителях, тогда цивилизованные отношения бизнеса и власти сформируют массовую потребность в GR-специалистах, лишат эту сферу ореола избранности и мистицизма.

Отечественными исследователями уже предпринимались попытки формулирования компетенций, необходимых профессионалам в этой сфере. Так, Р.Н. Костицын и П.Л. Соловьев отмечали, в частности, умение оперативно получать информацию о текущих задачах и интересах государственных стейкхолдеров путем мониторинга доступных источников информации; необходимость владения языком деловой коммуникации, принятом в среде государственных органов; знание механизмов маршрутизации входящих и исходящих информационных потоков, принятых правил делового документооборота, истории и принципов работы бизнес-ассоциаций и общественных организаций, основных лидеров бизнес-сообщества и др. (Технологии и модели GR, 2015). Однако, на наш взгляд, предложенная этими авторами модель была статической, так как концентрировала внимание прежде всего на том, какие компетенции необходимо формировать и каких принципов следует при этом придерживаться. Как нам представляется, остался без ответа вопрос о том, *каким образом и в какой последовательности следует формировать* данные компетенции, т.е. речь идет о необходимости разработки динамических моделей. Вопрос уже не только в том, *что* формировать, но и *каким образом*, из каких этапов состоит данный процесс, какие цели необходимо реализовать на каждом, какие способы и инструменты достижения целей избрать. Высшая школа обязана дать ответы на эти вопросы, так как именно университет является той площадкой, которая должна и может подготовить профессиональных коммуникаторов в сфере GR.

Попробуем предложить, не претендуя на абсолютную истину, свою модель формирования таких компетенций, исходя из реальных условий рынка GR-услуг в Беларуси и специфики белорусской модели высшего образования в области коммуникаций. Что касается рынка GR-услуг, то это

достаточно молодой, но динамично развивающийся рынок, представленный в основном специалистами отделов корпоративных коммуникаций крупных и средних коммерческих компаний (особенно с долей иностранной собственности, а, значит, и традициями такой деятельности), а также специализированных коммуникационных агентств. Пограничное положение Беларуси на пересечении рынков Европейского союза и Евразийского экономического союза обуславливает накопленный белорусскими специалистами в области GR уникальный и успешный опыт отстаивания интересов бизнес-ассоциаций в национальных и наднациональных органах власти. Компактность территории Беларуси, однородность социально-демографических характеристик ее жителей, высокий уровень их образования и владения информационно-компьютерными технологиями, особенности ментальности (толерантность, доброжелательность, трудолюбие) способствуют нормализации диалога между различными стейкхолдерами, в том числе бизнесом и властью. Специфика города Минска как крупной административной единицы, центра области и одновременно столицы суверенного государства объясняют повышенную потребность в GR-специалистах, перед которыми стоят задачи согласования интересов бизнеса и власти как на городском уровне, так и на областном и республиканском. Следует подчеркнуть и такую тенденцию, как стремление власти становиться более открытой и прозрачной для своих граждан, назначение молодых руководителей на ответственные посты (так, председателю Минского городского исполнительного комитета А.В. Шорцу 41 год), а также ряд принятых в последние годы законодательных и нормативных актов, направленных на активизацию коммуникации бизнеса и власти. Все вышеперечисленные факторы являются предпосылками для возрастания потребностей в GR-специалистах, что требует от системы высшего образования ответить на вызовы времени подготовкой профессионалов в соответствии с потребностями реального сектора экономики.

Что касается высшего образования Беларуси, то оно также претерпевает значительные качественные трансформации. Хотя формально Беларусь остается единственной страной в Европе, не входящей в Болонский процесс, фактически переход к двухуровневой системе высшего образования находится в своей активной фазе. С 2013 г. большинство специальностей высшего образования были переведены на четырехлетний срок обучения с перспективой продолжения образования в двухлетней магистратуре, что фактически означает переход на систему подготовки бакалавров и магистров. На наш взгляд, подготовка профессионалов в сфере GR возможна только на уровне магистров, в частности, после получения образования в специализированной магистратуре, однако база для такой подготовки складывается уже на первой ступени высшего образования – бакалавриате.

Образованию в области коммуникаций в Беларуси около 20 лет. В 1996 г. в Белорусском государственном университете на факультете журналистики, а в 1997 г. на факультете философии и социальных наук

благодаря программе Европейского Союза ТЕМПУС, направленной на поддержку процессов модернизации высшего образования в странах-партнерах, возникает специальность «Информация и коммуникация», на которой получают профильное образование будущие специалисты в области связей с общественностью и рекламы. В настоящее время действует уже третий государственный образовательный стандарт по данной специальности, в котором представлены такие необходимые будущим GR-специалистам дисциплины, как «Теория и практика связей с общественностью», «Политическая коммуникация», «Правовое регулирование коммуникации», «Government Relations», «Информационные кампании лоббирования» и др. Специальность «Информация и коммуникация» подразумевает «на выходе» подготовку «универсальных коммуникаторов», владеющих основными методами, способами, инструментами социальной коммуникации, способных реализовать свои знания и навыки в различных коммуникационных пространствах, в том числе и в сфере GR.

На наш взгляд, процесс формирования компетенций, необходимых будущим GR-специалистам, проходит в три этапа. *Первый этап* – предварительного отбора и формирования мотивации к работе в данной сфере – осуществляется еще на этапе поступления на соответствующую специальность. Кафедра технологий коммуникации – выпускающая по специальности «Информация и коммуникация» – уже в течение ряда лет проводит масштабную работу с потенциальными абитуриентами (от неформальной коммуникации в социальных сетях до креативного подхода к достаточно институционализированным профориентационным мероприятиям типа Дня открытых дверей и Фестиваля факультетов), цель которой – привлечение только действительно мотивированных на работу в информационно-коммуникационной сфере студентов. Хотя большинство обучающихся по данной специальности в Белорусском государственном университете осуществляют это на условиях оплаты, тем не менее на нее стабильно высокий конкурс и соответствующие проходные баллы, которые обусловлены правильным позиционированием и позитивным имиджем специальности за счет значительной разъяснительной работы среди целевых аудиторий. Таким образом, изначально большинство поступающих имеют склонность к информационно-коммуникационной деятельности, а также высокие баллы в школьном аттестате и на централизованном тестировании, общий хороший уровень подготовки, что, конечно, помогает им в будущем освоить профессию GR-специалиста.

*Второй этап* – определяющий – проходит в период обучения на первой ступени высшего образования. В качестве его основных особенностей отметим прежде всего профессионально составленный учебный план, в котором дисциплины общепрофессионального компонента стали надеждой основой компонента специального.

Учебный план подготовки специалистов по информации и коммуникации 2008 г. включал в цикле социально-гуманитарных дисциплин следующие

дисциплины: «Философия», «Экономическая теория», «Социология», «Политология», «Основы идеологии белорусского государства», а в 2013 г. – в связи с переходом на четырехлетнее обучение – интегрированные модули «Философия», «История», «Экономика», «Политология». Эти дисциплины формируют такие важные компетенции будущих GR-специалистов, как умение ориентироваться в устройстве государственных органов и принципах их работы, законодательных основах деятельности органов власти с акцентом на регулирование отношений государства и бизнеса.

Специальность «Информация и коммуникация» предусматривает формирование профессиональных компетенций в следующих видах деятельности: информационно-аналитической, научно-исследовательской, организационно-управленческой, коммуникационной, экспертно-консультационной и инновационно-технологической. На наш взгляд, все перечисленные виды деятельности и необходимые для их осуществления компетенции будут затребованы в сфере GR. Так, например, дисциплина «Политическая коммуникация» формирует следующие необходимые GR-специалистам компетенции: проводить сбор, обработку, анализ и распространение информации в области корпоративной коммуникации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий; готовить информационно-аналитические заключения, владеть методиками прогнозирования социально-коммуникативных процессов; выявлять и исследовать основные тенденции в развитии теоретических концепций и прикладных моделей социально-коммуникативных процессов; планировать, разрабатывать и реализовывать коммуникационную политику организации; проводить мониторинг, диагностику и вырабатывать рекомендации по оптимизации коммуникационной политики организации; проводить конфликтологическую экспертизу, предлагать пути и средства решения проблем в социально-коммуникативной сфере.

Обучение по специальности «Информация и коммуникация» выстроено на основе коммуникативного подхода к любым объектам реальности, что позволяет рассмотреть социальные процессы с точки зрения их коммуникативной составляющей. В этой связи следует подчеркнуть, что мы рассматриваем Government Relations не только с как вид деятельности, но и как форму коммуникации. Если деятельность является отношением субъектно-объектным (статусом субъекта обладает лишь актор – тот, кто деятельность осуществляет), то коммуникация по определению субъектна-субъектна, т.е. наделяет статусом субъекта не только источника информации, но и получателя, заменяя «воздействие» «взаимодействием». Такой подход обладает значительным гуманистическим и эвристическим потенциалом, он позволяет рассматривать отношения власти и бизнеса в категориях формирования взаимного доверия и согласования интересов, в отличие от деятельностного, предусматривающего достижение целей лишь субъекта деятельности. Поэтому все дисциплины, формирующие знание о коммуникации и развивающие коммуникативную компетентность студентов («Теория коммуникации», «Межличностная коммуникация», «Психология

коммуникации», «Внутриорганизационная коммуникация», «Основы информационно-коммуникационного менеджмента» и др.), работают на формирование профессиональных компетенций, востребованных на рынке GR-услуг. Особо в этой связи необходимо отметить дисциплину «Деловая коммуникация», направленную на формирование навыков эффективного взаимодействия в ситуации делового общения, которая формирует следующие компетенции: разбираться во внутренней документации организации и законодательстве в сфере деятельности организации, составлять оперативную и отчетную документацию по установленным формам; взаимодействовать со специалистами, менеджерами и сотрудниками организации для получения специализированной информации о деятельности организации, ее продуктах и услугах с целью ее интерпретации для успешного восприятия целевыми аудиториями; вести переговоры с другими заинтересованными участниками, в том числе органами государственного управления.

Таким образом, уже на первом этапе высшего образования по специальности «Информация и коммуникация» заложены основы для формирования профессиональных компетенций, востребованных на рынке GR-услуг. Студенты приобретают знания о механизмах, принципах и методах социальной коммуникации, специфике той или иной коммуникационной площадки, сферы и отрасли, формируют и оттачивают навыки эффективного информационно-коммуникационного взаимодействия. Безусловно, наиболее полное представление о специфике сферы GR они узнают из одноименной дисциплины.

Дисциплина «Government Relations» формирует у студентов системное представление о возможных и допустимых методах и моделях взаимодействия бизнеса и государства, о передовой мировой практике в этой области и о белорусских особенностях GR. Дисциплина направлена не только на приобретение студентами основных теоретических знаний, упорядочение их представления о роли и месте GR в системе корпоративных коммуникаций, но и на формирование практических навыков построения взаимодействия с государственными органами с акцентом на особенности инициирования проектов, ведения переговоров и деловой переписки GR.

После изучения дисциплины студенты должны уметь: организовывать работу по построению Government Relations в организации; определять потенциальных стейкхолдеров и инициировать контактное взаимодействие с ними; организовывать работу компании с внешними GR-консультантами, правильно распределять обязанности в данном виде взаимодействия; составлять письменные документы для направления в государственные организации с учетом особенностей деловой переписки, принятой в государственных учреждениях; проводить эффективные переговоры с представителями органов государственной власти и управления; организовывать взаимодействие с отраслевыми ассоциациями и общественными объединениями, в том числе международными.

Чтобы добиться поставленных целей, т.е. сформировать необходимые компетенции, необходимо следующее.

Во-первых, обеспечить оптимальное соотношение теоретической и практикоориентированной информации. Это означает привлечение к преподаванию специалистов реального сектора экономики, занимающих различные позиции на рынке GR-услуг (представителей коммуникационных агентств, оказывающих GR-услуги, специалистов и руководителей GR-департаментов). Именно практикующие специалисты смогут наиболее эффективно обучить студентов в данной сфере, ввести их в «мир Government Relations». Необходимо использовать различные модели участия практикующих специалистов в учебном процессе, как более формализованные и продолжительные (чтение спецкурсов), так и кратковременные и неформальные (выступление с мастер-классами, организация круглых столов, ворк-шопов и др.). Кроме того, необходимо обеспечить участие студентов в деятельности в сфере GR в период производственных практик, чтобы закрепить формируемые знания.

Во-вторых, необходимо ввести в учебный план спецкурсы и курсы по выбору, дающих глубокие знания об особенностях конкретных отраслей (напр., машиностроительной, фармацевтической, пищевой и др.). Эффективность GR-специалиста в первую очередь зависит от глубокого знания конкретной отрасли, интересы которой он представляет, ее специфики, закономерностей и основных субъектов.

В-третьих, необходимо обеспечить студентов знаниями в области корпоративной социальной ответственности как механизма государственно-частного партнерства. Следует заострить внимание студентов на особенностях современного международного бизнеса, его функциях в обществе; природе, содержании и основных направлениях корпоративной социальной ответственности, ее роли в социальном позиционировании современного бизнеса, его общественной рецепции, развитии социального партнерства и гражданского общества – эти знания являются теоретико-методологической основой Government Relations.

*Третий этап* формирования необходимых компетенций приходится, на наш взгляд, на обучение в практикоориентированной магистратуре с рабочим названием «Корпоративные стратегические коммуникации». Безусловно, первая ступень высшего образования, рассчитанная на четырехлетнее обучение, не может в той же степени обеспечить молодых людей всеми необходимыми знаниями и навыками, сформировать и развить требуемые профессионально-личностные качества, как магистратура. Практикоориентированная магистратура по специальности «Корпоративные стратегические коммуникации» обладает рядом существенных признаков: междисциплинарность (проблемное поле специальности находится на стыке теории коммуникации, журналистики, политологии, социологии, менеджмента), ориентированность на практическое применение полученных знаний, умений и навыков (цикл изучаемых дисциплин, а также перечень формируемых ими компетенций полностью соответствует потребностям

рынка и коррелирует с положениями квалификационной характеристики специалиста по связям с общественностью), инновационность (оптимизация коммуникационных потоков организации за счет применяемых технологий в области связей с общественностью в настоящее время признается наиболее эффективным способом повышения конкурентоспособности организации на рынке). Магистратура формирует следующие профессиональные компетенции, востребованные в сфере GR: уметь проводить исследования коммуникативных аспектов деятельности организации; владеть принципами, технологиями и инструментами коммуникации в объеме, необходимом для разработки стратегий и реализации комплексных проектов; уметь планировать и выстраивать эффективную коммуникацию между субъектом общественных связей и разнообразными целевыми группами, включая органы государственного управления; уметь анализировать внешнюю среду на предмет отношения целевых групп, осуществлять мониторинг информационного поля, прогнозировать информационные риски; уметь своевременно нейтрализовывать негативные последствия кризисных ситуаций и др. Магистратура предполагает следующие дисциплины, непосредственно задействованные в формировании профессиональных компетенций: «Стратегии корпоративных коммуникаций», «Аксиология и деонтология коммуникационной деятельности», «Теория и методика коммуникационной деятельности».

Безусловно, необходима разработка учебно-методических и научно-исследовательских публикаций в области GR. Наконец, для совершенствования образования необходима полная институционализация GR-деятельности – это повысит ее статус, «выведет из тени» и придаст легитимный характер. Отсутствие соответствующей должности особенно значимо для выпускников специальности: правила государственного распределения требуют отправлять молодых специалистов на рабочие места в соответствии с полученной квалификацией, что исключает распределение на несуществующие либо смежные должности. Поэтому в настоящее время университетская подготовка GR-специалистов упирается в барьер отсутствия государственного признания такой деятельности. Кроме того, существование профессии *de facto*, но не *de jure* существенно затрудняет ее репрезентативное исследование, снижает самоидентификацию GR-специалистов, порождает сомнения в востребованности приобретаемых за годы учебы в университете знаний и навыков. Институционализация специальности по связям с государственными органами позволит существенно усовершенствовать сферу подготовки специалистов в области коммуникации.

Таким образом, на специальности «Информация и коммуникация» Белорусского государственного университета создан эффективный механизм подготовки специалистов в сфере GR-коммуникации. Университет стремится к тому, чтобы позиционировать GR как вид специализированной деятельности, а своих выпускников – как профессионалов в нем.



Литература:

1. Р.Н. Костицын, П.Л. Соловьев Модель профессиональных компетенций выпускника, востребованного на рынке GR-услуг / Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ: коллективная монография под ред. В.В. Грибанова, И.В. Сидорской, Л.Г. Титаренко. – Минск: БГУ, 2015. – С. 131-136.

I.V. Sidorskaya  
Belarus State University

Building the model of professional competencies of graduates on the GR-  
services market

The paper examines the Belarusian experience of training specialists in information and communication demanded in the GR field. The paper proposes a dynamic model of building their professional competencies. At the core of the model is the understanding of GR as a type of specialized activity and a form of communication.

Key words: GR-services market, training of graduates, building competencies